**Письмо Министерства здравоохранения Российской Федерации от 3 апреля 2024 г. N 21-4/540 О направлении методических рекомендаций по организации информирования населения по вопросам записи на прием к врачам узкой специализации**

3 мая 2024

Во исполнение п. 3 р. II Протокола совещания по федеральному инциденту N 38 "Запись на прием к врачу" под председательством Министра здравоохранения Российской Федерации М.А. Мурашко от 15.01.2024 направляю [Методические рекомендации](https://base.garant.ru/408938333/#1000) по организации информирования населения по вопросам записи на прием к врачам узкой специализации. Методические рекомендации разработаны совместно с главными внештатными специалистами Минздрава России.

Обращаю внимание, что в целях повышения эффективности информационно-разъяснительной работы необходимо задействовать максимальное количество каналов коммуникаций для всех групп целевых аудиторий.

Необходимо организовать регулярную публикацию информационных сообщений в социальных сетях и СМИ, направленных на разъяснение алгоритма записи пациентов к врачам узкой специализации, а также организовать информирование посетителей в медицинских организациях.

Прошу доложить о ходе исполнения протокольного поручения в рамках федерального инцидента N 38 в срок до 03.05.2024, далее - ежемесячно.

|  |  |
| --- | --- |
| Помощник Министра | А.В. Кузнецов |

**Методические рекомендации по информационной работе по теме:  
"ЗАПИСЬ К ВРАЧАМ УЗКОЙ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ"**

**1. Общие рекомендации для проведения информационной кампании**

Ниже приведены ключевые тезисы, направленные на популяризацию и эффективное продвижение информации о записи к узким специалистам, а также каналы продвижения и примеры целевых аудиторий для использования в работе. Тезисы можно группировать в зависимости от того, какой целевой аудитории адресовано ваше информационное сообщение и какой используется канал коммуникации.

С целью эффективного информационного продвижения алгоритма записи на прием к врачам узкой специализации необходимо задействовать максимальное количество каналов коммуникаций для всех групп целевых аудиторий. Ключевое сообщение необходимо адаптировать для той целевой аудитории, которой оно адресовано (*сообщение о записи к врачу, адресованное родителям, будет отличаться от сообщения, адресованного пожилым людям*).

Важно также, чтобы у информационных публикаций (*в СМИ и социальных сетях*) была выраженная и очевидная регулярность (*например, ежедневно или еженедельно*)

**2. Тезисы о записи к врачам узкой специализации**

Почему запись к врачам узкой специализации организована через участкового терапевта:

первичный осмотр проводит терапевт - врач с наибольшим врачебным кругозором;

для установления диагноза и выбора дальнейшей тактики лечения узкому специалисту необходимо иметь результаты дополнительных обследований, направление на которые также может выписать терапевт;

один и тот же симптом может быть при разных заболеваниях, например, кашель может быть при ОРВИ или при болезнях ЖКТ - терапевт разберется и направит к нужному специалисту на прием;

получение направления от участкового терапевта позволяет избегать самолечения и самостоятельной постановки диагноза, зачастую ошибочного;

за счет сокращения числа необоснованных консультаций у врача узкой специализации увеличивается время для работы с теми пациентами, которым действительно нужна его помощь;

пациентам, стоящим на динамическом наблюдении, доступна самостоятельная запись к профильному специалисту и сохраняется в полном объеме.

Как можно записаться к участковому терапевту:

https://base.garant.ru/files/base/408938333/573795189.png Запись через Единый портал государственных услуг;

https://base.garant.ru/files/base/408938333/573795189.png Региональный портал государственных медицинских услуг;

https://base.garant.ru/files/base/408938333/573795189.png Колл-центр медицинских учреждений региона.

https://base.garant.ru/files/base/408938333/573795189.png В регистратуре, в том числе электронной, в медицинском учреждении;

Что позволяет сделать Единый портал государственных услуг:

https://base.garant.ru/files/base/408938333/573795189.png Записаться на прием к врачу в поликлинику;

https://base.garant.ru/files/base/408938333/573795189.png Записаться для прохождения диспансеризации или профосмотра;

https://base.garant.ru/files/base/408938333/573795189.png Перенести или отменить запись к врачу;

https://base.garant.ru/files/base/408938333/573795189.png Ознакомиться со своими медицинскими документами;

https://base.garant.ru/files/base/408938333/573795189.png Узнать номер электронного полиса ОМС

https://base.garant.ru/files/base/408938333/573795189.png Просматривать направления и планировать время посещения врача;

https://base.garant.ru/files/base/408938333/573795189.png Записаться на прием по направлению;

https://base.garant.ru/files/base/408938333/573795189.png И т.д.

**3. Целевые аудитории**

Информационное сообщение необходимо адаптировать с учетом целевой аудитории, которой оно адресовано, и использовать набор тезисов, который будет актуален выбранной целевой аудитории.

Информационное сообщение, адресованное этой целевой аудитории может содержать один тезис или несколько тезисов.

Примеры целевых аудиторий, которым адресовано сообщение:

https://base.garant.ru/files/base/408938333/573795189.png Родители детей до 18 лет;

https://base.garant.ru/files/base/408938333/573795189.png Люди трудоспособного возраста;

https://base.garant.ru/files/base/408938333/573795189.png Пожилые люди;

https://base.garant.ru/files/base/408938333/573795189.png Беременные женщины;

https://base.garant.ru/files/base/408938333/573795189.png Пациенты, получившие направление на госпитализацию/медицинскую реабилитацию или электронный рецепт;

https://base.garant.ru/files/base/408938333/573795189.png Ветераны СВО;

https://base.garant.ru/files/base/408938333/573795189.png Родители детей-инвалидов;

https://base.garant.ru/files/base/408938333/573795189.png Взрослые люди с инвалидностью;

https://base.garant.ru/files/base/408938333/573795189.png Трудоспособные граждане, которые давно не проходили диспансеризацию.

**4. Каналы и форматы коммуникации**

С целью эффективного продвижения и популяризации записи на прием к врачу необходимо задействовать максимальное количество каналов коммуникаций и форматов.

|  |  |
| --- | --- |
| **Каналы коммуникации** | **Форматы коммуникации** |
| Официальный сайт министерства здравоохранения субъекта, официальные сайты медицинских организаций, региональный портал государственных услуг | Новости, лендинг, разъясняющие форматы (как записаться, какие документы нужны, какие сервисы доступны). |
| Баннер на главных страницах сайтов с призывом записи к участковому врачу для дальнейшей точной постановки диагноза. Любые разъясняющие форматы. |
| Госпаблики, социальные сети | Карточки, видео, инфографики, экспертные комментарии, почему запись к врачам узкой специальности можно попасть только через терапевта. Любые разъясняющие форматы. Комментарии пациентов. |
| Медицинские организации (поликлиники, стационары) | Видео-ролики, плакаты, стенды с информацией о том, как попасть к врачу узкой специальности. Любые разъясняющие форматы |
| СМИ (печатные, ТВ и радио) | Новости, статьи, экспертные комментарии, разъяснения, сюжеты, социальная реклама. Интеграция темы записи к врачу в экспертные комментарии о профилактике, медицинской реабилитации, диспансеризации. Любые разъясняющие форматы. Комментарии пациентов, записавшихся к узкому специалисту через терапевта. |